

北京市金杜律师事务所 关于深圳市和宏实业股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市之 补充法律意见书（二）

致：深圳市和宏实业股份有限公司

北京市金杜律师事务所（以下简称“金杜”或“本所”）接受深圳市和宏实业股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的委托，作为发行人首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称“本次发行并上市”）的专项法律顾问，已出具《北京市金杜律师事务所关于深圳市和宏实业股份有限公司首次公开发行股票并上市之律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《北京市金杜律师事务所关于深圳市和宏实业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、《北京市金杜律师事务所关于深圳市和宏实业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）。

鉴于深圳证券交易所上市审核中心于2021年3月29日出具了《关于深圳市和宏实业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕010403号）（以下简称“《审核问询函》”），本所现就《审核问询函》所询问的法律问题出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书是对《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》的补充，并构成《法律意见书》不可分割的一部分。本所在《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》中发表法律意见的前提和假设同样适用于本补充法律意见书。对于本补充法律意见书所说明的事项，以本补充法律意见书的说明为准。

除非文义另有所指，本补充法律意见书所使用的简称、词语的含义与《律师工作报告》《法律意见书》《补充法律意见书（一）》中所使用简称、词语的含义相同。

本补充法律意见书仅供发行人为本次发行并上市之目的使用，不得用作任何其他目的。本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行并上市所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并承担相应的法律责任。

本所及本所律师根据有关法律、法规和中国证监会及深圳证券交易所有关规定的要求，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对发行人提供的有关文件和事实进行了核查和验证，现出具补充法律意见如下：

一、《审核问询函》5. 关于经销收入

申报文件显示：（1）报告期各期，发行人经销收入占比分别为 15.37%、16.85%、20.40%、24.85%，占比较高且报告期内持续增长，发行人未按照本所《审核关注要点》披露经销有关情况。（2）发行人经销收入来源于国内品牌业务，发行人品牌业务的毛利率低于安克创新整体毛利率，主要原因为发行人品牌业务既有电商平台 B2C 销售，也有通过经销商销售，而经销模式的毛利率通常低于直销，发行人未披露经销业务毛利率情况。

请发行人：（1）披露报告期内发行人对主要经销商销售收入及占比情况、主要经销商基本情况、经销业务模式情况、报告期内返利情况等，并分析发行人经销体系稳定性。（2）说明是否存在发行人员工或前员工设立、任职、持有发行人股份的经销商，以及经销商股东、董监高持有发行人股份的情形，如存在，请说明原因、对相关经销商销售收入金额及占比情况。（3）披露相同产品直销及经销价格差异情况，报告期内直销及经销毛利率情况。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，说明按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求进行核查的过程及结论性意见，并对发行人实际控制人董监高及其关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来或关联关系，以及发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售发表明确意见。

（一）披露报告期内发行人对主要经销商销售收入及占比情况、主要经销商基本情况、经销业务模式情况、报告期内返利情况等，并分析发行人经销体系稳定性

本所律师就本问题履行了以下核查程序：

1. 通过天眼查、企查查、国家企业信用信息公示系统等查询报告期各期发行人主要经销商股东、董监高等人员信息等基本情况；

2. 对发行人业务部门相关负责人、管理层进行访谈，了解发行人经销业务模式、经销商体系及相关制度，了解报告期内经销商新增、退出原因、影响等情况；
3. 对发行人财务负责人进行访谈，了解主要经销商销售收入及占比情况；
4. 对主要经销商进行走访，核实其基本情况，了解其与发行人合作历史、返利安排等情况；
5. 取得并查阅报告期各期发行人主要经销商的营业执照、公司章程等资料；
6. 取得发行人报告期各期经销商清单，核实经销商退出、新增等情况；
7. 查阅保荐人、申报会计师就本问题准备的反馈回复。

1. 发行人经销业务模式及其主要经销商基本情况

根据发行人出具的说明，发行人的经销商均为一级经销商，不存在多级经销商的情况，包括线下经销商和电商经销商。报告期内，发行人与经销商的合作模式均为买断式销售，公司根据经销商订单需求发出货物，产品经检验合格签收后，产品风险和产品所有权相应转移到经销商。

报告期内，发行人主要经销商（即报告期各期前十大经销商）的基本情况 & 主要经销渠道情况如下：

经销商名称	销售渠道	设立时间	注册资本	股东	主要经营范围
深圳市群希科技有限公司	国内电商	2009/1/12	500 万人民币	黄冬娥 (100.00%)	公司主要经营计算机网络、弱电综合布线系统、安防工程的设计、施工、维修与相关技术咨询；软件的技术开发；国内贸易，货物及技术进出口。
上海平野装饰工程有限公司	国内线下	2016/3/28	500 万人民币	卢钦华 (90.00%)， 谢辉华 (10.00%)	公司主要经营建筑装饰装修建设工程设计与施工以及地毯、金属制品、金属材料、电线电缆、五金配件的批发、零售。
泰州市万红电子科技有限公司	国内电商	2017/3/8	100 万人民币	王银俊 (50%)， 王进 (50%)	经营范围包括游戏机及其配件、电线电缆及其他五金产品、环保产品、体育用品、文具用品、仪表仪器销售。
重庆建配龙实业发展有限公司	国内线下	2011/3/25	5000 万人民币	曾令峰 (12.50%)， 曾祥波 (8.70%) 等 19 人	公司主要经营电线电缆、开关插座、照明灯饰、厨房电器等建筑装饰材料以及承接广告设计安装、文化传媒等业务。
广州明岳贸易有限公司	国内电商	2008/4/21	50 万人民币	谢瑞英 (20.00%)，	国际知名电器品牌深圳区域代理商。

经销商名称	销售渠道	设立时间	注册资本	股东	主要经营范围
				伍豪轶 (80.00%)	
陕西欧标建材有限公司	国内线下	2015/9/23	300 万人民币	陈旭 (51.00%) , 徐红艳 (49.00%)	公司主要经营建筑装饰材料、门窗、五金交电、电子产品、灯具的销售；钢结构工程、装饰装修工程的设计与施工。
深圳市创成兴电子有限公司	国内电商	2013/1/11	150 万人民币	蒋秋 (100.00%)	经营范围包括电子产品、电子元器件、鼠标、手机皮套、遥控器、路由器、手机、电脑、智能电视周边产品的技术开发和销售等。
成都瑞祥宏达科技有限公司	国内电商	2010/8/24	100 万元人民币	杨穆英 (80.00%) , 陈熙 (20.00%)	线上销售户外移动电源、充电宝、电脑扩展坞等手机电脑配件。
杭州卓盛贸易有限公司	国内线下	2006/1/18	10 万人民币	汪朝明 (90.00%) , 蒋林娟 (10.00%)	公司主要经营：弱电线缆、电脑线、电视线、电话线、音响线、RVV 控制电源线、电线 YZ 电缆、SYV 监控线、YJA 控制线、多媒体箱、日光灯管、节能灯、多用插座、分配器、放大器、电表、碘钨灯管等电工电料。
上海风音电子科技有限公司	国内电商	2014/9/30	100 万人民币	游国平 (70.00%) , 黄红 (30.00%)	公司从事电子产品、电子元件、通讯器材的批发和零售。
苏州市绿树叶贸易有限公司	国内线下	2016/3/15	2 万元人民币	盛言华 (100.00%)	公司主要从事各类管材及配件、电线电缆、橡胶制品、五金、建筑材料、装潢材料、水电材料的销售。
武汉海蓝贸易有限公司	国内线下	2006/9/15	500 万人民币	杨丹 (99.50%) , 潘海琴 (0.50%)	公司主要从事装修建材、水管、电线、油漆、网络线和电话线等的销售。
郑州小当家建材有限公司	国内线下	2014/12/24	100 万元人民币	叶权军 (60.00%) , 张慧颖 (40.00%)	公司主要经营线材、腻子粉、轻钢、油漆涂料等装修装饰材料，并提供室内建筑、市外设计、装饰装修工程施工及维修保养和咨询服务。
佛山市云峰汇科技有限公司	国内线下	2016/11/30	3000 万人民币	负向锋 (100.00%)	公司主营业务为销售和服务家装管道。

2. 发行人对主要经销商销售收入及占比情况、返利情况

报告期内，发行人对主要经销商销售收入及占比情况、返利情况，如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售收入(A)	占全年经销收入的比重(%)	返利金额(B)	返利占销售收入的比重(%) (B/A)
2020 年度	深圳市群希科技有限公司	3,969.64	15.61	144.35	3.64
	上海平野装饰工程有限公司	2,288.82	9.00	224.08	9.79

年度	客户名称	销售收入(A)	占全年经销收入的比重(%)	返利金额(B)	返利占销售收入的比重(%) (B/A)
	泰州市万红电子科技有限公司	2,080.15	8.18	94.96	4.57
	重庆建配龙实业发展有限公司	1,267.86	4.99	136.82	10.79
	广州明岳贸易有限公司	1,218.53	4.79	56.86	4.67
	陕西欧标建材有限公司	981.74	3.86	91.31	9.30
	深圳市创成兴电子有限公司	834.05	3.28	35.84	4.30
	成都瑞祥宏达科技有限公司	754.80	2.97	-	-
	杭州卓盛贸易有限公司	753.70	2.96	40.38	5.36
	上海风音电子科技有限公司	623.09	2.45	-	-
	合计	14,772.38	58.09	824.59	5.58
2019 年度	深圳市群希科技有限公司	2,520.75	12.87	126.33	5.01
	上海平野装饰工程有限公司	1,742.44	8.90	39.80	2.28
	泰州市万红电子科技有限公司	1,307.81	6.68	53.66	4.10
	重庆建配龙实业发展有限公司	1,186.95	6.06	20.68	1.74
	陕西欧标建材有限公司	844.30	4.31	12.37	1.47
	深圳市创成兴电子有限公司	772.28	3.94	22.36	2.90
	上海风音电子科技有限公司	701.47	3.58	18.27	2.60
	苏州市绿树叶贸易有限公司	545.56	2.79	21.17	3.88
	武汉海蓝贸易有限公司	510.35	2.61	30.90	6.05
	郑州小当家建材有限公司	415.01	2.12	7.37	1.78
	合计	10,546.92	53.86	352.91	3.35
2018 年度	深圳市群希科技有限公司	2,393.36	13.05	168.22	7.03
	重庆建配龙实业发展有限公司	1,435.35	7.83	-	-
	佛山市云峰汇科技有限公司	1,394.15	7.60	-	-
	上海平野装饰工程有限公司	677.38	3.69	17.97	2.65
	杭州卓盛贸易有限公司	608.87	3.32	-	-
	上海风音电子科技有限公司	519.28	2.83	26.00	5.01
	郑州小当家建材有限公司	502.99	2.74	25.01	4.97
	苏州市绿树叶贸易有限公司	467.80	2.55	-	-
	泰州市万红电子科技有限公司	466.06	2.54	35.87	7.70
	深圳市创成兴电子有限公司	443.75	2.42	15.56	3.51
	合计	8,908.99	48.57	288.63	3.24

如上表所示，报告期内，主要经销商返利金额逐年增加，2020 年增长幅度较大，是由于为加大国内市场开拓力度，2019 年以前主要以年度返利考核为主，2019 年公司新增了季度返利，2020 年公司新增了月度返利。同时，不同经销商之间、同一经销商不同年度之间的返利金额有所波动，主要是因为不同产品适用返利激励不同、不同经销商确定的年度销售目标额不同和完成情况不同，符合公司的返利政策和对经销商的管理规定。报告期内，公司对经销商的返利形式为提供相应金额的商业折扣，并在经销商确认销售收入的当期计提应付返利，且经销商返利冲减销售收入，因此，经销商的各期毛利率水平已充分反映了当期返利对其毛利额的影响。

公司的返利政策为：由发行人根据具体经销商所在区域的经济规模、客户资质、渠道资源以及产品品类等各方面因素，设定差异化的销售任务目标及返利标准，经销商达到销售目标，并符合发行人设定的条件后，发行人通过商业折扣方式支付给经销商。具体返利计算标准如下：

$$\text{返利金额} = \text{返利基数} \times \text{返利比例} = (\text{实际销售额} - \text{调整项}) \times \text{不同返利比例}$$

返利基数是在经销商完成月度、季度或年度销售目标的前提下，由月度、季度或年度实际销售金额减调整项组成，其中调整项由不适用返利的产品、新品、特价产品金额等组成，返利比例由不同经销商的销售目标、销售渠道、经销区域等因素决定。

发行人的返利流程为：每月末、每季度末和每年度末，由公司业务人员统计经销商客户的销售任务完成情况，若客户达到返利要求，业务人员便提起返利申请，分别由品牌事业群区域主管和品牌事业群总经理审批，并由财务部门审核返利金额。财务报表日，财务部门会按照返利计算标准计算返利金额，冲减当期销售收入。

3. 发行人经销商体系稳定性分析

报告期内，发行人的经销商均为一级经销商，不存在多级经销商的情况。报告期内，发行人主要经销商的变动情况如下：

序号	名称	渠道	新增或退出	新增或退出年份
1	湖南田丰贸易有限公司	国内线下	退出	2020 年
2	佛山市云峰汇科技有限公司	国内线下	退出	2019 年
3	惠州英辉世纪科技有限公司	国内电商	退出	2019 年
4	西安普曼建材有限公司	国内线下	退出	2019 年
5	成都瑞祥宏达科技有限公司	国内电商	新增	2020 年

序号	名称	渠道	新增或退出	新增或退出年份
6	成都瑞祥宏达科技有限公司	国内电商	退出	2018 年

其中，成都瑞祥宏达科技有限公司与发行人的合作有所中断，主要是因为成都瑞祥宏达科技有限公司的股东杨穆英、陈熙还控制四川川测科技有限公司，其以两个法人主体开展业务。四川川测科技有限公司和成都瑞祥宏达科技有限公司均为公司的经销商，其中，2018 年和 2019 年仅以四川川测科技有限公司主体与公司进行合作，属于经销商同一实际控制人下不同合作主体的变更。

剔除成都瑞祥宏达科技有限公司后，报告期内，公司主要经销商的增减变动为 4 家主要经销商退出，无新增主要经销商。其中，退出的主要经销商主要属于国内线下渠道，由于线下渠道主要销售面向家装市场的强电卷线，下游经销商客户相对分散，且经销商并非专营发行人产品，故发行人和部分线下经销商根据合作情况和自身发展情况，双向选择是否继续合作，具有商业合理性，不会对经销商体系产生重大不利影响。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

（二）说明是否存在发行人员工或前员工设立、任职、持有发行人股份的经销商，以及经销商股东、董监高持有发行人股份的情形，如存在，请说明原因、对相关经销商销售收入金额及占比情况

本所律师就本问题履行了以下核查程序：

1. 通过天眼查、企查查、国家企业信用信息公示系统等查询报告期各期发行人主要经销商股东、董监高等人员信息，并与发行人报告期内的员工花名册、发行人直接股东及间接股东名单、品牌事业群重要员工之近亲属名单进行交叉匹配；

2. 取得发行人品牌事业群重要员工的关联关系调查表，了解发行人该等员工及其近亲属对外投资、任职情况，并与报告期内发行人经销商股东、董监高名单进行交叉匹配；

3. 对报告期各期发行人主要经销商进行实地走访，了解其与发行人是否存在《上市规则》、《企业会计准则》规定的关联关系；

4. 查阅发行人报告期各期发行人主要经销商出具的关于不存在关联关系的确认函；

5. 查阅发行人品牌事业群相关人员出具的关于与发行人经销商不存在关联关系的确认函；

6. 访谈发行人总经理，了解是否存在发行人员工或前员工设立、任职、持有发行人股份的经销商，以及经销商股东、董监高持有发行人股份的情形；

7. 取得并查阅报告期各期发行人主要经销商的营业执照、公司章程等资料；

8. 查阅发行人经销商管理制度。

经本所律师履行上述核查程序，本所认为，报告期内不存在发行人员工或前员工设立、任职、持有发行人股份的主要经销商，不存在主要经销商的股东、董监高持有发行人股份的情形，主要经销商和发行人不存在实质或潜在的关联关系。

（三）披露相同产品直销及经销价格差异情况，报告期内直销及经销毛利率情况

本所律师就本问题履行了以下核查程序：

1. 发行人业务部门相关负责人、管理层、财务负责人进行访谈，了解相同产品直销及经销价格定价策略、毛利率影响因素等情况；

2. 取得销售合同、订单、签收单、销售发票、银行回单等原始凭证，核实相关定价及毛利率真实性；

3. 查阅保荐人、申报会计师就本问题准备的反馈回复；

4. 查阅发行人出具的书面说明。

报告期内，发行人主要产品的经销与直销价格与毛利率差异情况如下：

单位：万元；元/pes

产品类型		销售模式	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
			收入	单价	毛利率	收入	单价	毛利率	收入	单价	毛利率
连接类产品	连接线	经销	9,566.15	41.70	25.09%	9,174.15	45.19	28.75%	10,456.96	41.22	26.17%
		直销	28,325.76	12.76	24.27%	25,033.65	12.62	27.32%	33,837.15	10.53	19.61%
	信号适配器	经销	6,303.45	58.14	16.72%	3,579.20	53.84	20.98%	1,687.26	57.25	24.64%
		直销	7,505.28	82.91	20.34%	4,770.68	142.99	38.16%	4,184.44	157.26	45.41%
电源类产品	充电器	经销	385.71	28.63	27.14%	6.42	/	/	5.83	/	/
		直销	13,285.25	31.71	27.85%	13,369.57	30.44	28.61%	15,399.86	31.86	25.25%
	移动电	经销	560.41	63.35	11.60%	1.17	/	/	-	-	-

产品类型		销售模式	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
			收入	单价	毛利率	收入	单价	毛利率	收入	单价	毛利率
	源及储能设备	直销	13,631.90	42.55	23.14%	18,631.41	46.12	28.46%	18,521.23	38.02	22.05%
	其他（强电卷线）	经销	8,066.06	124.08	5.41%	6,379.76	124.79	10.27%	4,530.50	133.42	12.87%
		直销	-	-	-	-	-	-	-	-	-
音频类产品	耳机	经销	300.73	20.28	22.70%	392.76	25.05	22.93%	120.53	16.65	17.81%
		直销	4,451.63	20.25	19.64%	4,737.26	15.31	15.57%	3,179.62	14.79	17.81%
	音箱	经销	1.25	/	/	-	-	-	-	-	-
		直销	4,251.74	37.58	5.55%	4,467.26	45.06	13.58%	7,797.20	42.69	5.92%

如上表所示，报告期内，连接线、信号适配器和强电卷线等 3 类产品对发行人经销模式收入的贡献较大，2018 年至 2020 年，连接线、信号适配器和强电卷线等 3 类产品对发行人经销模式收入的贡献占当年经销模式收入的比例分别为 99.25%、97.95%、95.04%；其他产品主要以直销模式为主，经销模式销售收入占比较小。

1. 连接线产品

报告期内，发行人连接线产品经销和直销的价格差异较大，主要是因为产品结构不同，经销产品中，因长度较长而价格高的网络线卷线收入占比较高，从而提升了整体销售单价，具体如下：

单位：万元；元/pes

销售模式	产品类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	收入占比	单价	收入	收入占比	单价	收入	收入占比	单价
经销	网络线卷线	4,908.18	51.31%	336.69	4,811.08	52.44%	325.51	5,245.95	50.17%	310.97
	其他产品	4,657.96	48.69%	21.69	4,363.08	47.56%	23.18	5,211.01	49.83%	22.00
直销	网络线卷线	-	-	-	2.76	0.01%	551.88	628.63	1.86%	312.21
	其他产品	28,325.76	100%	12.76	25,030.89	99.99%	12.61	33,208.52	98.14%	10.34

就毛利率而言，报告期内发行人连接线产品经销和直销的毛利率除 2018 年度以外均较为接近，2018 年连接线产品直销毛利率远低于经销毛利率，主要是因为：（1）发行人直销模式以外销为主，受 2018 年上半年人民币汇率大幅升值的影响，直销模式毛利率整体有所下降；（2）2018 年度，毛利率整体较低的北美大客户沃尔玛销售占比较高，一定程度拉低了当年度直销毛利率水平。

2. 信号适配器产品

报告期内，发行人信号适配器产品经销和直销的价格差异较大，主要是因为销售模式不同和产品结构不同，具体如下：

单位：元/pes

产品类型		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单价	销售占比	单价	销售占比	单价	销售占比
经销	Dock	97.38	31.07%	131.59	26.38%	132.20	43.85%
	Dongle	99.48	20.75%	93.19	28.17%	75.59	15.88%
	Hub	38.07	41.95%	32.10	40.86%	32.71	39.32%
	其他适配器	68.98	6.23%	56.29	4.59%	321.60	0.95%
	合计	58.14	100.00%	53.84	100.00%	57.25	100.00%
线上直销	Dock	182.00	98.60%	177.23	92.26%	189.99	67.52%
	Dongle	145.46	1.01%	221.54	6.96%	265.98	29.01%
	Hub	60.87	0.40%	92.39	0.78%	100.90	3.48%
	其他适配器	-	-	-	-	-	-
	合计	180.12	100.00%	178.43	100.00%	200.45	100.00%
线下直销	Dock	111.81	16.61%	140.09	42.73%	182.33	20.14%
	Dongle	55.06	55.93%	80.39	45.12%	73.42	55.56%
	Hub	35.94	24.00%	47.96	7.55%	42.59	11.72%
	其他适配器	55.87	3.45%	44.68	4.60%	53.78	12.59%
	合计	52.80	100.00%	88.76	100.00%	72.65	100.00%

其中，由于实现功能、物料成本的不同，产品销售单价按从高到低的排序为 Dock>Dongle>Hub。如上表所示，经销模式中，销售单价较低的 Hub 销售占比显著较高；而直销模式中，Dock 和 Dongle 的销售占比较高。此外，线上直销由于直接面向终端消费者，因此各类信号适配器产品的销售均价均高于销售给经销商的经销商模式或销售给 ODM 客户的线下直销模式。

就毛利率而言，由于线上直销毛利率水平较高，以及境内外销售的竞争程度不同等原因，发行人信号适配器产品在经销模式和直销模式下的毛利率存在差异，具体如下：

经营模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
经销	16.72%	45.65%	20.98%	42.87%	24.64%	28.74%
线上直销	15.15%	27.92%	42.72%	43.11%	50.14%	60.14%

线下直销	25.81%	26.43%	24.14%	14.02%	19.89%	11.13%
合计	18.60%	100.00%	30.80%	100.00%	39.44%	100.00%

其中，除 2020 年度因合同履行成本核算调整而导致毛利率处于较低水平以外，2018 年度和 2019 年度线上直销毛利率均远高于经销和线下直销模式，是直销模式整体毛利率远高于经销的主要原因。此外，经销毛利率与线下直销毛利率变动趋势不一致，主要是因为：（1）线下直销主要针对境外 ODM 客户，2018 年度因人民币汇率升值的影响，毛利率低于 2019 年和 2020 年；（2）经销模式下，价格较低的 Hub 产品销售占比整体呈上升趋势，且基于加大市场开拓力度的考虑和国内市场竞争较国外更激烈的情况，信号适配器的整体毛利率有所下降。

3. 强电卷线产品

报告期内，发行人强电卷线产品仅在经销渠道销售，由于其按卷出售，长度较长因而单价较高，但由于产品标准化程度高，整体毛利率处于较低水平。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

（四）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求进行核查的过程及结论性意见，并对发行人实际控制人董监高及其关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来或关联关系，以及发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售发表明确意见

本所律师会同保荐人、申报会计师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）问题 29 的要求逐条比照对发行人经销商进行核查，具体情况如下：

1. 对发行人经销商的核查

（1）. 经销商具体业务模式以及采取经销模式的必要性

i. 核查程序

①获取了发行人与经销商签署的销售合同，对销售合同具体条款进行审阅；

②与发行人业务部门相关负责人进行访谈，了解发行人经销业务模式和采取经销模式的原因；

③对发行人管理层进行访谈，了解发行人经销商体系和相关制度；

④对主要经销商进行走访，了解其与发行人的业务合作情况，包括合作流程、交易模式、交易规模、产品类型、关联关系、资金往来、是否存在纠纷等情况；

⑤查阅发行人出具的说明；

⑥查阅《招股说明书（申报稿）》中关于发行人经销模式的相关描述；

⑦查阅发行人同行业可比上市公司的招股说明书、年度报告等资料，了解其经销业务相关情况。

ii. 核查意见

经履行上述核查程序，本所认为，报告期内，发行人对经销商的销售均为买断式销售，发行人对经销商主要采取款到发货的信用政策。发行人过去专注于境外市场，国内品牌业务仍处于成长期，为加强市场开拓力度和控制市场运营风险，发行人采用经销模式实现境内销售具有必要性和商业合理性。

（2）. 经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定

i. 核查程序

①与发行人财务部门相关人员进行访谈，了解经销商模式下的收入确认原则；

②查阅发行人 2018 年-2020 年前十大经销商合同，查看产品风险报酬或控制权转移时点、定价政策、结算方式、退换货政策等条款是否与收入确认原则相悖；

③抽查经销商合同、订单、签收单、销售发票、银行回单等原始凭证，核查经销收入真实性；

④查阅保荐人及申报会计师对经销收入执行截止性测试的相关底稿文件，核查收入确认时点是否准确、是否存在跨期情形；

⑤通过企查查等网站查询经销商的工商注册信息，核查经销商的真实性与持续存在情况；

⑥结合《企业会计准则》中关于收入确认条件，查阅保荐人、申报会计师就本问题准备的反馈回复。

ii. 核查意见

经履行上述核查程序，本所认为，发行人经销收入确认符合企业会计准则的规定。

（3）. 经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系

统等方面的内控是否健全并有效执行

i. 核查程序

①与发行人业务部门相关负责人进行访谈，了解发行人经销商管理制度、选取标准等信息；

②获取发行人 2018 年-2020 年与前十大经销商签署的销售合同，核查其日常管理规定、定价机制、供货方式、退换货政策、返利政策等；

③对发行人主要经销商进行实地走访，访谈了解发行人对经销商的遴选流程、考核和评估机制等情况；

④获取发行人对经销商的返利汇总情况表，与销售合同和返利计提情况进行对比，核查其是否有效执行；

⑤访谈发行人经销商和检查经销收入发货单、签收单，确认发行人向经销商交付采购产品，由经销商签收，发行人不直接发货给终端客户；

⑥查阅保荐人及申报会计师对发行人经销商退换货金额和退换货率核查的相关底稿，对经销商退换货情况进行了解，核查是否存在非正常退换货的情形；

⑦访谈发行人业务部门相关负责人和经销商，确认发行人向经销商交付产品后不掌握经销商终端销货信息，并从主要经销商处获取、查看经销商采购发行人商品后的进销存情况；

⑦查阅保荐人、申报会计师就本问题准备的反馈回复。

ii. 核查意见

经履行上述核查程序，本所认为，发行人在经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控健全并有效执行。

（4）. 经销商是否与发行人存在关联关系以及经销商主体资格及资信能力

i. 核查程序

①核查发行人股东相关信息、获取董监高调查表，形成关联方清单，查询经销商股东和董监高信息，将经销商、经销商股东、经销商董监高与关联方清单进行比对核查；

②对报告期内发行人主要经销商客户进行实地走访，取得主要经销商客户出具的无关联关系的声明函；

③获取发行人主要经销商的营业执照，核查经销商的主体资格和资信能力；

④通过企查查等查询经销商的工商注册信息，调查经销商的真实性与持续存在情况。

ii. 核查意见

经履行上述核查程序，本所认为，经销商与发行人不存在实质或潜在的关联关系，经销商具有相应的主体资格及资信能力。

(5) . 对经销商的信用政策是否合理

i. 核查程序

①访谈发行人业务部门相关负责人，了解发行人对经销商的信用政策；

②获取了发行人 2018 年至 2020 年度与主要经销商签署的销售合同，核查其信用政策相关条款；

③对主要经销商进行实地走访，访谈了解发行人与经销商的销售结算、信用期、赊销情况等信用政策及其变化情况。

ii. 核查意见

经履行上述核查程序，本所认为，发行人对经销商主要采用款到发货的信用政策，仅给予极少量信用额度，发行人对经销商的信用政策较为严格。

2. 发行人实际控制人董监高及其关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来或关联关系

i. 核查程序

本所律师会同保荐人、申报会计师就本问题履行了以下核查程序：

①获取发行人实际控制人、实际控制人直系亲属及其控制的其他企业、发行人董监高及发行人关键岗位人员的银行流水、经销商名单，对银行流水进行比对核查，关注交易对手方是否为经销商或经销商相关人员；

②对报告期内发行人主要经销商客户进行实地走访，访谈确认其未与发行人发生过与业务不相关的资金往来、与发行人实际控制人董监高及其关联方无关联关系；

③获取了主要经销商客户无关联关系的声明函，确认与发行人不存在《上市规则》所规定的关联关系。

ii. 核查意见

经履行上述核查程序核查，本所认为，发行人实际控制人、实际控制人直系亲属及其控制的其他企业、董监高、关键岗位个人与报告期内的主要经销商不存在大额资金往来或关联关系。

3. 发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售

i. 核查程序

本所律师会同保荐人、申报会计师就本问题履行了以下核查程序：

①函证主要经销商交易额和往来余额，确认发行人与其在报告期内发生的交易数据的真实性；

②获取主要经销商采购发行人商品的进销存情况，了解主要经销商期末库存水平；

③查验主要电商经销商的线上销售情况，将其主要电商店铺的销售额与其向发行人同期的采购额进行比对，核查其合理性；

④对主要经销商进行实地走访，访谈了解与发行人交易真实性及终端销售情况，以及发行人产品的库存周转率情况，并抽查了经销商和终端客户的销售合同；

⑤检索了线上经销商的电商店铺情况，关注其业务数据如粉丝数量、月销量、商品评价数量等，核查线上经销商的采购规模与其经营规模是否相符；

⑥查阅保荐人、申报会计师对经销商收入、毛利率变动进行复核分析的相关底稿，关注是否存在经销商销售价格、毛利率异常高于其他同类产品情况。

ii. 核查意见

经核查，经销商采购系根据运营需求合理预测采购额，主要经销商期末库存水平正常，线上经销商采购规模与其经营规模相符。同时，公司对经销商采取款到发货的模式，仅给予极少量信用额度，经销商销售回款及时，收入真实性可靠度较高。

经核查，本所认为，发行人经销模式下的销售实现了真实销售、最终销售。

二、《审核问询函》8. 关于品牌业务

申报文件显示，（1）报告期各期，发行人品牌业务收入占比分别为 20.20%、25.53%、30.54%、33.56%。报告期内品牌业务收入占比大幅增长。（2）发行人与飞利浦签订的品牌经销授权合同大多数已履行完毕，目前仅剩与飞生（上海）电子科技有限公司的授权仍在履行中。发行人总经理陈志轩 2001 年 2 月至 2008 年 6 月期间任飞利浦（中国）投资有限公司消费电子及电脑外设产品事业

部（P&A）大中华区总经理。（3）报告期内，发行人新增前五大客户“深圳市群希科技有限公司”。公开资料显示，群希科技网址为京东飞利浦线材数码旗舰店。

请发行人：（1）量化分析并披露报告期内品牌业务收入快速增长的原因。

（2）结合发行人具体业务模式及与主要客户合同相关条款情况，分析并披露发行人品牌业务与发行人 ODM 业务客户是否构成直接竞争，是否对发行人 ODM 业务构成重大不利影响。（3）披露发行人与飞利浦的合作历史、合作模式，相关授权产品占发行人报告期各期收入的比重，与飞利浦多项经销授权到期后未续期的原因，目前在履行的授权合同到期后是否续期，飞利浦相关产品是否为发行人自产、将其归类为品牌业务信息披露是否准确，发行人是否存在超出与飞利浦经销协议范围经营的情形。（4）披露陈志轩及其他发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与原任职单位是否签订了竞业禁止协议，是否存在纠纷。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

本所律师会同保荐人、申报会计师就本问题履行了以下核查程序：

1. 查阅保荐人、申报会计师就本问题准备的反馈回复；
2. 获取发行人收入成本明细表，分析发行人品牌业务快速增长的原因；
3. 查阅发行人主要的 ODM 业务与品牌业务的销售合同，了解 ODM 业务合同对于产品品类的排他条款、知识产权保护条款的约定；
4. 获取报告期内发行人收入成本明细表，分析发行人按业务模式分类、按区域分类的收入金额及占比；
5. 访谈发行人品牌事业群总经理，了解公司不同业务模式的发展战略与发展规划，不同业务模式产品的差别；了解发行人与飞利浦的合作历史、合作模式；
6. 访谈发行人法务负责人，了解公司是否曾因从事品牌业务而收到 ODM 业务客户提出的侵权或违约的相关主张、是否存在与此相关的诉讼案件；
7. 查阅报告期内飞利浦经销授权、生产授权相关协议，以及发行人向飞利浦报备产品的新品申报表；
8. 查阅报告期内发行人与经销商的经销协议及采购订单，核查是否存在超出授权范围的情况
9. 查阅发行人招股说明书，确认发行人对品牌业务的定义；

10. 查阅发行人董监高、核心技术人员填写的调查表及其出具的书面确认；

11. 查阅陈志轩、温俊玮、胡海平、朴铉佑、杨勇军、GAO DAVID HAIYANG、张启祥、王丛等人员的原任职单位出具的确认；

12. 查阅发行人前次申报文件关于发行人董监高、核心技术人员履历的相关内容；

13. 就与原任单位是否签署竞业禁止协议、是否存在纠纷等情况访谈发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员；

14. 通过巨潮网、企查查、国家企业信用信息公示系统等查询发行人董监高、核心技术人员原任单位主营业务情况；

15. 通过中国检察网（<http://www.ajxxgk.jcy.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、信用中国网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）以及发行人董监高、核心技术人员住所地的相关司法机关网站，核查发行人董监高、核心技术人员是否存在与其原任单位产生纠纷的情形。

（一）量化分析并披露报告期内品牌业务收入快速增长的原因

报告期内，公司品牌业务收入分为国内经销渠道和国外电商渠道，国内经销渠道主要为飞利浦经销授权品牌的销售，国外电商渠道主要为自有品牌在亚马逊电商平台的销售，具体情况如下：

单位：万元

收入类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
国内经销渠道	25,429.76	19,585.72	18,338.42
国外电商渠道	8,304.39	9,725.40	9,451.10
品牌业务收入合计	33,734.15	29,311.11	27,789.53
占主营业务收入比重	32.83%	30.54%	25.53%

如上表所示，报告期内，公司品牌业务的增长来源主要为国内经销渠道。报告期内，国内经销渠道分产品的销售收入情况如下：

单位：万元

产品类型		2020 年度			2019 年度			2018 年度	
		销售金额	占比	变动幅度	销售金额	占比	变动幅度	销售金额	占比
连接类产品	连接线	9,566.15	37.62%	4.27%	9,174.15	46.84%	-12.27%	10,456.96	57.02%
	信号适配器	6,303.45	24.79%	76.11%	3,579.20	18.27%	112.13%	1,687.26	9.20%

电源类产品	移动电源及储能设备	560.41	2.20%	47,805.98%	1.17	0.01%	/	-	-
	充电器	385.71	1.52%	5,905.46%	6.42	0.03%	10.24%	5.83	0.03%
	其他（强电卷线）	8,066.06	31.72%	26.43%	6,379.76	32.57%	40.82%	4,530.50	24.70%
音频类产品	耳机	300.73	1.18%	-23.43%	392.76	2.01%	225.84%	120.53	0.66%
	音箱	1.25	0.00%	/	-	-	/	-	-
其他		245.99	0.97%	370.71%	52.26	0.27%	-96.60%	1,537.34	8.38%
合计		25,429.76	100.00%	29.84%	19,585.72	100.00%	6.80%	18,338.42	100.00%

报告期内，基于国内市场的旺盛需求以及消费者品牌观念的增强，发行人日益重视国内市场的开拓，加大资源投入力度，通过丰富产品结构、开拓经销渠道、扩大飞利浦经销品类，实现国内市场的持续发展。报告期内，国内经销渠道的销售收入分别为 18,338.42 万元、19,585.72 万元及 25,429.76 万元，复合增长率达 17.76%。从产品结构看，除了连接线以外，国内经销渠道的各主要产品均呈整体增长的趋势，具体如下：（1）信号适配器的销售收入分别为 1,687.26 万元、3,579.20 万元及 6,303.45 万元，呈快速增长趋势，主要是受益于随着消费电子设备外设接口数量减少，信号适配器市场需求较为旺盛；（2）强电卷线的销售收入分别为 4,530.50 万元、6,379.76 万元和 8,066.06 万元，保持增长趋势，主要是受益于公司对线下渠道经销商开拓力度的加大；（3）移动电源及储能设备、充电器在 2020 年度分别实现销售收入 560.41 万元和 385.71 万元，主要是受益于 2020 年第四季度公司扩大飞利浦经销品类，增加移动电源、充电器等品类。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

（二）结合发行人具体业务模式及与主要客户合同相关条款情况，分析并披露发行人品牌业务与发行人 ODM 业务客户是否构成直接竞争，是否对发行人 ODM 业务构成重大不利影响

1. 发行人具体业务模式及主要客户合同相关条款情况

经本所律师对发行人品牌事业群总经理、法务负责人访谈，并经本所律师查阅发行人与主要客户签署的合同，发行人业务具体模式及主要客户合同条款情况如下：

业务模式	业务模式定义	客户类型	主要客户合同条款
ODM 业务	ODM 模式下，公司根据品牌商的订单要求和规格，利用公司产品研发设计能力、生产制造能力或供应链整合能力，使用客户指定的品牌向客户销	国际零售商超企业和消费电子配件品牌商	1、 ODM 业务客户通过订单明确产品要求和规格等定制化需求（包括长度、颜色、电池容量等）。 2、 商标、品牌等为 ODM 业务客户自有，且仅能用于 ODM 业务客户下单所生产的产品，未经 ODM

业务模式	业务模式定义	客户类型	主要客户合同条款
	售商品		业务客户书面事先同意，任何情况下发行人不得使用客户的商标、品牌等进行宣传或销售。 3、部分 ODM 业务客户合同条款约定，因合作产生的所有权利，如版权、设计权利、商标等知识产权，则该等知识产权归属于 ODM 业务客户。 4、ODM 业务客户未对发行人生产或销售同类产品进行限制。
品牌业务	品牌业务模式下，发行人对产品进行自主设计、自主研发、自主生产，以自有品牌或经销授权品牌对外销售	终端消费者、经销商	1、品牌业务客户通过订单确定采购数量、单价、产品规格等，不涉及定制需求。 2、发行人根据《经销商协议》约定获得在一定区域内按照一定使用方式使用商标、品牌的授权，以对产品进行宣传和销售，并在所获得的授权范围内将该等权利授权予其经销商客户；或发行人自身持有相应的商标、品牌。 3、品牌业务客户只能从发行人处采购原装相关产品，不涉及研发、加工、生产等的采购，因此相关产品所形成的知识产权系发行人持有。

2. 发行人品牌业务与发行人 ODM 业务客户是否构成直接竞争，是否对发行人 ODM 业务构成重大不利影响

(1) . 两种业务模式存在差异，不构成直接竞争，不会对 ODM 业务构成重大不利影响

根据本所律师对发行人品牌事业群总经理等访谈了解，并经本所律师查阅发行人主要客户合同、发行人出具的说明、保荐人及申报会计师就本问题准备的反馈回复，发行人 ODM 业务与品牌业务主要存在如下差异：

i. 销售区域与销售模式进行区隔，不构成直接竞争

发行人品牌业务与 ODM 业务的按销售区域与销售模式分类情况如下：

单位：万元

销售区域	项目	经销		线上直销		线下直销	
		品牌	ODM	品牌	ODM	品牌	ODM
2020 年							
境内	金额	25,429.76	-	0.31	-	-	1,329.41
	占比	100.00%	-	0.00%	-	-	1.93%

销售区域	项目	经销		线上直销		线下直销	
		品牌	ODM	品牌	ODM	品牌	ODM
境外	金额	-	-	8,304.08	-	-	67,683.57
	占比	-	-	100.00%	-	-	98.07%
2019 年							
境内	金额	19,585.72	-	-	-	-	1,510.15
	占比	100.00%	-	-	-	-	2.26%
境外	金额	-	-	9,725.40	-	-	65,166.29
	占比	-	-	100.00%	-	-	97.74%
2018 年							
境内	金额	18,338.42	-	-	-	-	2,272.39
	占比	100.00%	-	-	-	-	2.80%
境外	金额	-	-	9,451.10	-	-	78,802.53
	占比	-	-	100.00%	-	-	97.20%

公司在战略规划时对品牌业务与 ODM 业务的发展重点进行了明确区分，两种业务模式的销售对象、销售区域、销售模式存在差异。就销售对象而言，ODM 业务模式下，公司的客户以零售商超企业、消费电子配件品牌商为主，品牌业务模式下，公司的客户以国内经销商、终端消费者为主；就销售区域而言，公司的 ODM 业务以境外客户为主，品牌业务为境内市场为主、兼顾境外线上渠道。

因此，公司品牌业务与 ODM 业务在销售对象和销售区域之间进行了较明显的区隔，不构成直接竞争。

ii. 产品定位、产品外观与功能存在差异，不构成直接竞争

一方面，公司的 ODM 业务主要根据客户的定制需求进行生产，服务于零售商超企业、消费电子配件品牌商，根据客户需求、品牌定位进行设计，产品线较广，且由于客户大部分为线下零售商超渠道，产品定位以主打性价比居多；而公司的品牌业务定位于中高端产品，产品线相对集中，同一系列产品采用同种设计语言，通过强化产品性能、产品外观等方面建立起一定的品牌形象。

另一方面，由于 ODM 业务主要面向境外，相关产品需满足进口国对于品质认证、安全认证与环保标准等相关要求，如美国 UL/FCC，加拿大 CUL/IC，欧洲 CE 等，而品牌业务主要面向境内，主要需满足中国 CCC 认证标准。各国的产品品质认证标准与环保标准不同，消费者对外观的审美不同、对功能诉求的侧重点不同，导致两大业务的产品标准、产品外观和产品功能存在一定的差异。

两种业务模式在产品定位不同，在产品外观与功能方面形成了一定的差异，不构成直接竞争。

iii. ODM 业务客户自身销售规模与公司境外电商销售规模差异大，品牌业务的发展不会对 ODM 业务造成重大不利影响

公司的 ODM 客户多为国际知名的零售商超企业或电子配件品牌商，公司生产、销售的消费电子配件仅为公司 ODM 业务客户众多零售产品品类的一部分，且消费电子配件市场广阔，消费者选择众多。公司品牌业务中境外电商销售规模较小，主要竞争对手为其他电商品牌，不会与 ODM 客户构成直接竞争关系，品牌业务的发展不会直接减少 ODM 客户的终端销售，不会对 ODM 业务构成重大不利影响。

（2）. 品牌业务的运营不存在违反 ODM 业务合同条款的情形

i. ODM 业务合同中无产品品类的排他性条款

公司主要 ODM 客户的合同中没有产品品类的排他性条款，ODM 客户未限制公司从事直接面向市场的销售活动，未对公司品牌业务生产同类产品进行约定或限制。因此，公司品牌业务生产与 ODM 相近或相同类型的产品未违反合同条款，不会对 ODM 业务造成重大不利影响。

ii. 报告期内发行人未因其品牌业务运营而收到 ODM 客户的相关主张，也没有与此相关的诉讼案件

公司严格遵守主要 ODM 客户合同中关于不得侵犯客户的知识产权的相关约定。在组织架构设计方面，公司的品牌业务与 ODM 业务隶属于两个事业部，产品开发、设计由相应的事业部各自独立完成。在产品研发流程上，公司要求品牌业务产品经理在产品的设计时即加强市场调研，了解市场中同类型产品情况，避免产品侵权行为。根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人法务负责人、品牌事业群总经理等，报告期内，发行人未因其品牌业务的运营而收到 ODM 业务客户提出的侵权或违约的相关主张，也没有与此相关的诉讼案件。

综上，本所认为，发行人品牌业务与发行人 ODM 业务客户不构成直接竞争，发行人品牌业务不会对发行人 ODM 业务构成重大不利影响。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

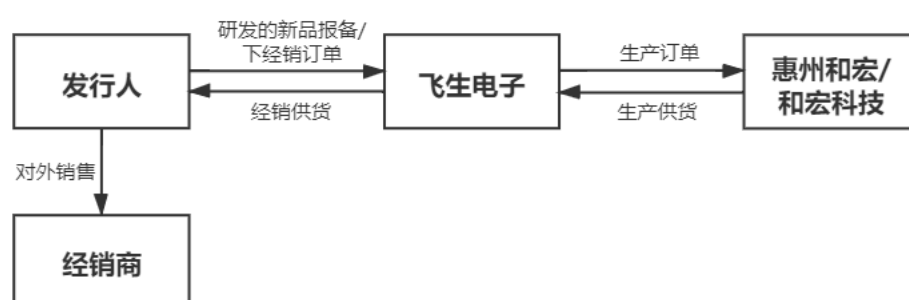
（三）披露发行人与飞利浦的合作历史、合作模式，相关授权产品占发行人报告期各期收入的比重，与飞利浦多项经销授权到期后未续期的原因，目前在履行

的授权合同到期后是否续期，飞利浦相关产品是否为发行人自产、将其归类为品牌业务信息披露是否准确，发行人是否存在超出与飞利浦经销协议范围经营的情形

1. 发行人与飞利浦的合作历史、合作模式

公司自 2009 年起与飞利浦进行合作，获得飞利浦的经销授权。2013 年，飞利浦将旗下的影音与配件业务交由沃科声（上海）商贸有限公司（以下简称“沃科声”）进行运营，公司的合作方变更为沃科声。2018 年，飞利浦的品牌授权方由沃科声变为飞生（上海）电子科技有限公司（以下简称“飞生电子”），公司的合作方随之变更为飞生电子，并持续合作至今。

经本所律师对发行人品牌事业群总经理进行访谈，发行人自 2009 年起与飞利浦及其品牌授权方进行合作，合作模式至今未发生变化，为经销授权+委托生产的业务模式。具体合作模式如下：



公司自行完成产品研发与设计，并向飞利浦品牌授权方进行报备，而后向飞利浦品牌授权方下采购订单，飞利浦品牌授权方将该采购订单委托公司子公司惠州和宏、和宏科技进行生产。完成生产后，飞利浦品牌授权方向惠州和宏、和宏科技采购，直接销售给公司，期间不发生实物流转，公司对飞利浦品牌的采购和销售在合并报表层面采用净额法，计入经销授权费成本，之后，公司根据经销商订单，完成飞利浦品牌产品的对外销售。

2. 相关授权产品占发行人报告期各期收入的比重

报告期内，公司持续加大国内品牌业务的市场开拓力度和品类拓展力度，飞利浦经销授权产品的销售收入持续增加，占报告期各期收入比重稳步增长。

3. 与飞利浦多项经销授权到期后未续期的原因，目前在履行的授权合同到期后是否续期

(1) . 报告期内飞利浦经销授权情况

根据本所律师查阅发行人提供的报告期内的《经销协议》《生产授权书》等相关文件，并经本所律师访谈发行人品牌事业群总经理及总监，报告期内发行人及其子公司获得的飞利浦经销授权情况如下：

授权人	合同	被授权人	授权内容	授权产品类型	授权区域	授权渠道	合同期限
沃科声(上海)商贸有限公司	《经销商协议》	发行人	经销	飞利浦品牌线材	中国大陆	所有渠道	2016.4.1-2017.3.31
	《附加协议》	惠州和宏	生产				
	《经销商协议》	发行人	经销	飞利浦品牌线材	中国大陆	所有渠道	2017.4.1-2018.3.31
	《附加协议》	惠州和宏	生产				
	《经销商协议》	发行人	经销	飞利浦品牌线材	中国大陆	所有渠道	2018.4.1-2019.3.31
	《附加协议》	惠州和宏	生产				
飞生(上海)电子科技有限公司	《经销商协议》	发行人	经销	飞利浦品牌线材、综合布线	中国大陆	所有渠道	2018.8.1-2019.12.31
	《经销商协议》	发行人	经销	飞利浦品牌线材、综合布线、转换器、移动电源、插线板、车旅充	中国大陆	所有渠道	2020.1.1-2020.12.31
	《经销商授权函》						
	《补充协议》						
	《生产授权书》	惠州和宏	生产		-	-	
	《经销商协议》	发行人	经销	飞利浦品牌便携式移动电源、旅行充电器、家用无线充电器、车载支架、车载点烟口充电器、车载应急启动电源、(<100wh)、车载逆变器、自拍杆、手持云台、手机支架、家用数据线及转换器、家用音频线、视频线、家装工程线缆、电源转换器	中国大陆	所有渠道	2021.1.1-2023.12.31
	《经销商授权函》	发行人	经销		中国大陆	所有渠道	2021.1.1-2021.12.31
	《生产授权书》	惠州和宏	生产	飞利浦品牌线缆、转接器、移动电源、充电器、车充、车载支架、排插系列	-	-	2021.1.1-2021.12.31
	《生产授权书》	和宏科技	生产		-	-	

(2) . 与飞利浦多项经销授权到期后未续期的原因

自 2009 年取得飞利浦经销授权以来，发行人与飞利浦的经销授权到期后均进行了续签，由于期间飞利浦的品牌授权方主体发生过变更，因此年度经销协议的签约主体发生过变动，报告期内不存在飞利浦经销授权中断合作或丢失品类的情况。

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人品牌事业群总经理及总监，报告期内，发行人获得的飞利浦经销授权发生了两大变动：

（a）品牌授权方变更：2018年6月，因飞利浦与沃科声终止影音产品的独家授权合作，并将该业务独家授权给冠捷科技旗下子公司 MMD Hong Kong Holding Limited（以下简称“MMD”）承接，由于飞利浦指定的品牌授权方发生变动，发行人与沃科声终止合作，转而与 MMD 旗下飞生电子继续飞利浦经销授权的合作；

（b）授权品类扩大：基于合作关系的深化，发行人获得的飞利浦经销授权品类有所增加。2020年10月，发行人与飞生电子签订了《飞生（上海）电子科技有限公司经销商协议》之《补充协议》，获得的飞利浦经销授权品类新增移动电源、插线板、车旅充；2021年1月，发行人与飞生电子签订的年度经销协议中，对经销授权品类进行了细化，原2020年度经销协议约定的品类“飞利浦品牌线材、综合布线、转换器”细化为“家用数据线及转换器、家用音频线、视频线、家装工程线缆”，并进一步明确增加“飞利浦品牌便携式移动电源、旅行充电器、家用无线充电器、车载支架、车载点烟口充电器、车载应急启动电源、（<100wh）、车载逆变器、自拍杆、手持云台、手机支架、电源转换器”品类。

（3）. 目前在履行的授权合同到期后是否续期

根据飞生电子与发行人签署或出具的《经销商协议》、《经销商授权函》和《生产授权书》等文件，并经本所律师访谈飞生电子相关人员，发行人目前正在履行的《经销商协议》合同期限为2021年1月1日至2023年12月31日，飞生电子在经销协议有效期内每年为公司出具《经销商授权函》和《生产授权书》。

经本所律师访谈发行人品牌事业群总经理及总监，发行人目前履行的经销授权合同尚有近两年半的授权期限，该合同到期后是否能够续期存在一定不确定性，但是发行人预计不存在续期困难，具体原因如下：

i. 飞生电子系冠捷科技旗下公司，冠捷科技曾于2004年收购了飞利浦的显示器以及平板电视业务，系飞利浦重要的长期合作伙伴，并在2018年承接了沃科声的影音产品品牌授权业务，其目前所取得的飞利浦音视频类商标授权的有效期限已续展至2025年12月31日。飞利浦影音产品相对于显示器以及平板电视业务而言，属于市场规模较小的授权业务，基于冠捷科技与飞利浦之间的合作关系，飞生电子品牌授权协议到期后，冠捷科技及/或其旗下公司与飞利浦续签继续获得飞利浦授权的可能性较大，从而使发行人的飞利浦经销授权业务具有稳定性的基础。

ii. 发行人从事飞利浦品牌消费电子经销授权业务已有 13 年，期间飞利浦品牌全球授权商发生更换，但并未影响发行人持续获得经销资格。一方面，发行人的产品设计能力、生产制造能力、市场运营能力、渠道管理能力获得飞利浦体系的认可，且飞利浦及飞利浦的品牌授权方均为轻资产运营模式，发行人多年来建立的产品体系和销售渠道契合对方合作需求，具有较高的更换成本；另一方面，公司与飞生电子的合作关系良好，2020 年和 2021 年，双方基于深化彼此合作、集中力量开拓市场的考虑，首次将飞利浦经销授权品类从线材类产品扩大至充电器、移动电源等产品，且经销协议由一年一签改为三年一签，体现了双方合作关系的进一步绑定。

因此，本所认为，目前在履行的授权合同到期后，是否能够续期存在一定不确定性，发行人预计不存在续期困难，发行人与飞利浦品牌授权方合同到期后停止续约的可能性较小。针对授权业务到期后无法续期的风险，发行人已在《招股说明书（申报稿）》“第四节 风险因素”之“四、经营风险”之“（四）授权取消风险”中予以风险提示。

4. 飞利浦相关产品是否为发行人自产、将其归类为品牌业务信息披露是否准确

根据《招股说明书（申报稿）》，发行人的品牌业务模式既包含对发行人自有品牌的运营，也包含对经销授权品牌的运营，飞利浦相关产品属于发行人品牌业务中的经销授权品牌产品。发行人品牌业务的划分主要基于其商业模式上是否为自主运营品牌，而非基于产品品牌是否为自有品牌。发行人在品牌业务模式下，负责自有品牌及经销授权品牌产品的产品定义、设计、研发、生产、销售以及市场运营，拥有对产品从定义、研发到最终销售全流程的把控力度，同时在生产上需要结合历史销售情况和市场销售预测进行备货，承担存货跌价风险。报告期内，发行人的品牌业务按销售区域和销售渠道可划分为国内经销渠道和国外电商渠道，国内经销渠道主要采用飞利浦经销授权品牌进行销售，在国外电商渠道主要采用自有品牌进行销售，具体销售结构如下：

单位：万元

品牌业务类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
国内经销渠道	25,429.76	75.38%	19,585.72	66.82%	18,338.42	65.99%
国外电商渠道	8,304.39	24.62%	9,725.40	33.18%	9,451.10	34.01%
合计	33,734.15	100.00%	29,311.11	100.00%	27,789.53	100.00%

根据本所律师向发行人品牌事业群总经理访谈，报告期内，发行人与飞利浦品牌授权方的合作模式为经销授权+委托生产模式，由于品牌授权方的轻资产运营模式，公司实质上承担了产品定义、研发设计、生产制造、渠道管理等全链条职能，符合品牌业务中自主掌握产品定义和设计、自主掌握销售渠道和营销管理的商业模式，将其归类为品牌业务信息披露准确。

报告期内，公司飞利浦产品主要为发行人自主生产，以自产模式或通过发行人供应链委托生产模式，在发行人的生产管理体系、质量管理体系内完成制造流程。因此，报告期内，公司对飞利浦经销授权的相关产品为发行人自产或发行人委托供应商生产，与其他产品生产模式不存在差异。

综上，本所认为，《招股说明书（申报稿）》中将其归类为品牌业务信息披露准确。

5. 发行人是否存在超出与飞利浦经销协议范围经营的情形

发行人与飞利浦品牌授权方签订的经销协议中，对经销区域、经销渠道、经销品类进行了限定。公司新产品上市前均需对飞利浦品牌授权方进行报备，从而形成约束经销品类超范围经营的内部控制措施。报告期内，发行人不存在超出与飞利浦经销协议范围经营的情形，具体情形如下：

（1）. 经销区域与经销渠道

时间	经销区域	经销渠道	实际销售区域和渠道	是否超出协议范围
2018 年	中国大陆	所有渠道	中国大陆线上线下渠道	否
2019 年	中国大陆	所有渠道	中国大陆线上线下渠道	否
2020 年	中国大陆	所有渠道	中国大陆线上线下渠道	否

（2）. 经销品类

时间	经销品类	实际销售品类	是否经飞利浦品牌授权方报备	是否超出协议范围
2018 年 1-7 月	飞利浦品牌线材	连接线、信号适配器、强电卷线	是	否
2018 年 8-12 月	飞利浦品牌线材、综合布线	连接线、信号适配器、强电卷线	是	否
2019 年	飞利浦品牌线材、综合布线	连接线、信号适配器、强电卷线	是	否
2020 年	飞利浦品牌线材、综合布线、转换器、移动电源、插线板、车旅充	连接线、信号适配器、强电卷线、充电器、移动电源、排插	是	否

注 1：根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人品牌事业群总经理及总监，2018 年度前后，公司与沃科声签订的经销协议约定的经销品类为飞利浦品牌线材，与飞生电子签

订的经销协议约定的经销品类为飞利浦品牌线材和综合布线，两者实际属于同一产品类别，系因不同品牌授权方对产品分类不同而导致的差异。

注 2：根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人品牌事业群总经理及总监，2018-2019 年度，公司实际销售的信号适配器系经销协议授权的飞利浦品牌线材的附带产品，公司经销的信号适配器产品均已向飞利浦品牌授权方进行报备；2020 年度，基于信号适配器市场规模日益扩大，出于进一步细化经销品类命名规则的考虑，将信号适配器从线材中独立为“转换器”品类。

综上，本所认为，发行人在报告期内不存在超出协议约定的经销区域、经销渠道、经销品类的销售情况。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

(四) 披露陈志轩及其他发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与原任职单位是否签订了竞业禁止协议，是否存在纠纷

根据发行人现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员填写的调查表及其出具的确认，经访谈发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员，并经本所律师核查，发行人现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人任职及在原任职单位任职及离职的情况如下：

姓名	入职发行人情况		原任职单位离职及任职情况		是否达成竞业禁止协议/约定	是否存在纠纷
	入职时间	现任职务	任职时间	原任职单位		
林子强	1997.3	发行人董事长	1992.10-1997.2	在深圳市赛格进出口有限公司任副总经理	否	否
			2018.2 至今	在深圳市信聚投资有限公司任执行董事		
陈志轩	2013.5	发行人董事	2008.7-2009.11	在伊士曼柯达公司消费数码影像集团任董事、大中华区总裁	否	否
			2010.5-2013.12	在香港万东发展有限公司任执行董事、总经理	否	否
	2019.5	发行人总经理	2016.11-2019.11	在广东联动科技有限公司任董事、董事长	否	否
			2018.1 至今	在深圳逸悦轩企业管理咨询合伙企业（有限合伙）任执行事务合伙人	否	否
莫琦	2002.8	发行人董事、董事会秘书	2000.6-2002.7	在深圳市粮食集团嘉丽米业有限公司任销售部长	否	否
	2019.5	发行人副总经理				
朴铉佑	2013.5	发行人董事	2013.1-2013.06	在惠州国展电子有限公司任顾问	否	否
	2019.9	菲律宾和宏总经理	2014.1-2015.4 2016.1-2016.12	在惠州奥华电子有限公司任经理	否	否
			2018.1-2019.8	在广州众上投资控股有限公司任供应链副总裁	否	否

姓名	入职发行人情况		原任职单位离职及任职情况		是否达成竞业禁止协议/约定	是否存在纠纷
	入职时间	现任职务	任职时间	原任职单位		
GAO DAVID HAIYANG	2015.3	发行人董事	2009.4-2015.2	展讯通信（上海）有限公司任副总裁	否	否
			2015.3-2018.3	在深圳市首迈通信技术有限公司任总经理	否	否
			2015.3 至今	在深圳市首迈通信技术有限公司任董事		
陈德庆	2012.1	发行人董事	2010.3-2011.09	深圳市合盛永道科技有限公司任常务副总经理、监事	否	否
张启祥	2019.5	发行人独立董事	2012-2013	在北京大成（广州）律师事务所任律师	否	否
			2013 至今	在北京市中伦（广州）律师事务所任合伙人	否	否
			2014.12-2020.12	在广州视源电子科技股份有限公司任独立董事	否	否
王丛	2019.5	发行人独立董事	2016.8-2018.6	在中欧国际工商学院任教授	否	否
			2018.9-2020.5	在深圳市兆新能源股份有限公司任独立董事	否	否
			2017.3 至今	在上海宝信软件股份有限公司任独立董事	否	否
			2017.11 至今	在会通新材料股份有限公司任独立董事	否	否
			2018.7 至今	在深圳高等金融研究院任副院长、金融学教授	否	否
苗青梅	2019.5	发行人独立董事	2016.2 至今	在安信证券股份有限公司任专员	否	否
何晓芳	2010.11	发行人监事会主席	2009.7-2010.10	在上海和沁经贸有限公司任行政总监	否	否
张伟丽	2005.04	发行人监事	2003.4-2005.03	在深圳市鑫迅科技有限公司任行政人事经理	否	否
曾惠流	2007.4	发行人监事	1998.4-2007.4	在东莞长安凯博电子厂任工程部经理	否	否

姓名	入职发行人情况		原任职单位离职及任职情况		是否达成竞业禁止协议/约定	是否存在纠纷
	入职时间	现任职务	任职时间	原任职单位		
孙艳春	2013.4	发行人副总经理	2011.7-2012.12	易居（中国）企业管理集团有限公司管理副总经理	否	否
				中国旅游地产服务集团人力资源总监	否	否
林本青	1997.3	发行人副总经理	1992.10-1997.2	在深圳市赛格进出口公司任业务经理	否	否
杨勇军	2014.3	发行人财务总监	2008.4-2014.2	在深圳市金百泽电子科技股份有限公司历任董事、董事会秘书、财务总监、副总裁	否	否
温俊玮	2016.7	发行人核心技术人员	2011.4-2016.7	在台湾建舜电子制品有限公司历任研发技术支持经理、销售/项目经理	是	否
胡海平	2019.7	发行人核心技术人员	2017.10-2018.12	在万威国际有限公司任研发总监，劳动关系隶属于万威电子科技（深圳）有限公司	否	否
李永新	1999.8	发行人核心技术人员	1997.10-1999.5	在固邦（东莞）电器有限公司任储备干部	否	否

上述人员中，发行人核心技术人员温俊玮与其原任职单位台湾建舜电子制品有限公司（以下简称“台湾建舜”）曾签署竞业禁止协议。根据台湾建舜及温俊玮出具的书面确认，温俊玮与台湾建舜“签署竞业禁止协议或任何含有相关条款安排的其他协议已于2016年7月15日届满”，台湾建舜知悉温俊玮在发行人及/或其子公司的任职情况，其与温俊玮之间“不存在纠纷或者任何潜在纠纷”。除温俊玮外，发行人其他现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员未曾与原任职单位签订竞业禁止协议。

根据《劳动合同法》第二十三条、第二十四条规定，在解除或者终止劳动合同后，高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员等竞业限制的人员到与本单位生产或者经营同类产品、从事同类业务的有竞争关系的其他用人单位，或者自己开业生产或者经营同类产品、从事同类业务的竞业限制期限，不得超过二年。

根据陈志轩及发行人其他现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员填写的调查表、出具的书面确认、该等人员相关原任单位出具的书面确认，鉴于：

（1）根据本所律师查阅《招股说明书（申报稿）》以及在企查查、天眼查、国家企业信用信息公示系统等网站对发行人现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员原任职单位的业务情况进行查询，并经本所律师对发行人该等人员访谈确认，发行人所属行业为“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”大类，“C391 计算机制造”中类下的“C3913 计算机外围设备制造”，主要产品包括消费电子连接类、电源类以及音视频类产品；发行人现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员原任职单位中，仅有东莞长安凯博电子厂、台湾建舜电子制品有限公司等与发行人存在生产或者经营同类产品、从事同类业务等竞争关系，其中东莞长安凯博电子厂已注销，台湾建舜电子制品有限公司已就竞业禁止协议签署及不存在纠纷的情况出具了书面确认；

（2）截至本补充法律意见书出具日，除朴铉佑、温俊玮外，发行人现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员自其原任单位离职时间均已超过《劳动合同法》中规定的最长竞业禁止期限，并且朴铉佑、温俊玮、陈志轩、胡海平、GAO DAVID HAIYANG、张启祥、王丛等及其原任职单位均已出具书面确认，确认该等人员与其原任职单位未签署竞业禁止协议或任何含有相关条款安排的其他协议，且该等人员与其原任职单位不存在任何纠纷或任何潜在纠纷；

（3）根据本所律师在中国裁判文书网、中国执行信息网等网站查询，自 2017 年 1 月 1 日至今，发行人现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与其原任职单位不存在诉讼案件。

综上，本所认为，除温俊玮外的发行人其他现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与原任职单位均未签订竞业禁止协议，温俊玮与其原任职单位签署的竞业禁止协议已于其入职发行人之前履行完毕；陈志轩及发行人其他现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与其原任职单位不存在纠纷。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

三、《审核问询函》16. 关于董监高

申报文件显示：（1）2019年5月，陈德庆因个人原因辞去发行人总经理职务。截至本次招股说明书签署日，陈德庆间接持股比例为0.11%；发行人前次申报时，陈德庆间接持股比例为2.27%。（2）保荐工作报告显示，2019年2月27日，发行人副总经理林本青因醉酒驾驶被判危险驾驶罪。

请发行人：（1）说明陈德庆职务变动的具体原因，报告期内持有发行人股份的变动情况。（2）在招股说明书中分析并披露对林本青醉驾行为是否属于《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》所规定的重大违法行为，是否影响其任职资格。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

本所律师就本问题履行了以下核查程序：

1. 访谈陈德庆，了解其职务变动原因及报告期内持有发行人股份变动情况；
2. 访谈发行人董事长、董事会秘书，了解陈德庆职务变动原因及其股份变动情况；
3. 查阅陈德庆离职证明书、离职结算单、工作交接表、保密提醒、《离职保密协议书》等离职手续相关文件；
4. 查阅陈德庆股权变动涉及的投资协议、股权转让协议书、声明书等相关文件；
5. 访谈林本青，了解醉驾案件基本情况及其执行情况；
6. 查阅深圳市交通警察局、深圳市检察院、罗湖区人民法院等就林本青醉驾案件出具的《传票》《鉴定意见告知书》《起诉书》《判决书》《执行通知书》《接受社区矫正告知书》《深圳市非税收入罚款通知书》等文件；
7. 查阅深圳市南山区司法局、深圳市南山区南头司法所就林本青醉驾案件出具的《解除社区矫正宣告书》《解除社区矫正证明书》、罚款缴纳证明等文件；
8. 查阅发行人《公司章程》；
9. 见证林本青登录“深圳公安”公众号查询其犯罪情况的过程；
10. 通过在中国检察网（<http://www.ajxxgk.jcy.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、

信用中国网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）、中国证监会网站（<http://www.csrc.gov.cn/pub/newsite/>）、证券期货市场失信记录查询平台（<http://neris.csrc.gov.cn/shixincaun/>）、上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn/>）、深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）以及林本青住所地的相关司法机关网站查阅，核查林本青是否存在影响其任职资格的情形。

（一）说明陈德庆职务变动的具体原因，报告期内持有发行人股份的变动情况

1. 陈德庆职务变动的具体原因

结合发行人逐步实现由单一化产品向多元化业务结构的调整转型的需要，发行人聘请了在多品类产品经营管理、组织能力以及流程体系建立等方面有丰富经验和能力的陈志轩接替陈德庆总经理职务。

根据本所律师向陈德庆及发行人董事长、董事会秘书访谈了解，2019年5月，陈德庆在总经理任期届满后不再担任发行人总经理职务，2019年7月，陈德庆办理了离职手续，此后，陈德庆仅担任发行人董事。

2. 报告期内陈德庆持有发行人股份变动情况

2017年1月1日，和创力持有发行人1,500万股股份，陈德庆持有和创力10%股权（对应和创力160万元出资额），因此陈德庆通过和创力间接持有发行人2.27%股权（对应发行人150万股股份）。

根据发行人提供的相关股权转让协议、投资协议、工商档案等文件，经本所律师向陈德庆及发行人董事长、董事会秘书访谈，2017年1月1日至今，陈德庆持有发行人股份变动情况如下：

2017年9月，发行人进行未分配利润转增股本并增资，发行人以未分配利润向全体股东每10股送红股10股，上述利润分配方案执行后，新股东和创远认购发行人新增股本960万元，本次未分配利润转增股本及增资后，陈德庆仍持有和创力10%股权（对应和创力160万元出资额），其通过和创力间接持有发行人股权比例降低为2.12%（对应发行人300万股股份）。

报告期内，陈德庆不再担任发行人总经理一职并办理完成相关离职手续后，根据其入股和创力时签署的《关于深圳市和创力投资有限公司的投资协议》的约定，并考虑到陈德庆担任发行人总经理期间对公司所做的贡献、其仍旧在发行人处担任董事以及陈德庆个人家庭支出资金需求等情况，经与发行人实际控制人林子强协商，陈德庆于2019年8月将其持有的和创力9.5%股权（对应和创力152万元出资额）以993.52万元转让给发行人实际控制人林子强，陈德庆继续持有

和创力 0.5%股权，其通过和创力间接持有发行人股权比例降低至 0.11%（对应发行人 15 万股股份）。

除上述股份变动外，2017 年 1 月 1 日至今，陈德庆持有发行人股份未发生其他变动情况。

（二）在招股说明书中分析并披露对林本青醉驾行为是否属于《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》所规定的重大违法行为，是否影响其任职资格

1. 林本青醉驾行为不属于《管理办法》所规定的重大违法行为

根据林本青提供的《起诉书》《判决书》《解除社区矫正证明书》、罚款缴纳证明等案件相关资料，经本所律师向林本青访谈，并经本所律师履行上述核查程序，林本青醉驾案件的基本情况如下：

2018 年 12 月 8 日 1 时许，林本青酒后驾驶，被执勤民警发现血液酒精含量检测超标，因涉嫌危险驾驶罪被深圳市公安交通警察局刑事拘留，于 2018 年 12 月 9 日被取保候审；2019 年 2 月 21 日，深圳市罗湖区人民检察院对林本青提起公诉；2019 年 2 月 27 日，深圳市罗湖区人民法院对林本青醉驾案件作出判决，认定林本青在审查起诉阶段已签署《认罪认罚具结书》，具有坦白、自愿认罪认罚的从轻处罚情节，判处拘役二个月，缓刑三个月，并处罚金人民币 7,000 元。

2019 年 3 月，林本青根据《深圳市非税收入罚款通知书》的要求足额缴纳了罚金，并按照《接受社区矫正告知书》的要求前往深圳市南山区南头司法所报到，依法实行社区矫正；2019 年 6 月 11 日，深圳市南山区司法局、深圳市南山区南头司法所分别向林本青出具《解除社区矫正宣告书》《解除社区矫正证明书》（（2019）深南司证字 154 号），至此，林本青前述醉驾案件已执行完毕。

《管理办法》关于“重大违法行为”的规定为：“最近 3 年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为……”。

根据上述规定，《管理办法》关于重大违法行为的规定的适用对象为发行人及其控股股东、实际控制人，林本青作为发行人副总经理，不属于该等规定的适用对象，林本青醉驾行为不属于《管理办法》所规定的重大违法行为。

2. 林本青醉驾行为不影响其任职资格

(1). 不属于《公司法》规定的不得担任高级管理人员的情形

《公司法》第一百四十六条规定，“有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员：……（二）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；……公司违反前款规定选举、委派董事、监事或者聘任高级管理人员的，该选举、委派或者聘任无效。董事、监事、高级管理人员在任职期间出现本条第一款所列情形的，公司应当解除其职务。”

林本青被判处危险驾驶罪，不属于《公司法》以及发行人《公司章程》规定的因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序而被判处刑罚的情形，且林本青未因其所犯危险驾驶罪被剥夺政治权利，因此，本所认为，林本青醉驾行为不影响其担任高级管理人员的资格。

(2). 不属于《管理办法》规定的影响高级管理人员任职资格的情形

根据《管理办法》第二章第十三条第三款规定，“董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。”

根据《解除社区矫正宣告书》《解除社区矫正证明书》（（2019）深南司证字 154 号）、《深圳市非税收入罚款通知书》等文件，深圳市罗湖区人民法院已于 2019 年 2 月 27 日对林本青醉驾案件作出判决，截至 2019 年 6 月 11 日该案件已执行完毕，前述案件不属于《管理办法》规定的因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查的情形。

因此，本所认为，林本青醉驾行为不影响其任职资格。

经核查，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对上述问题进行了分析并补充披露。

四、《审核问询函》18. 关于员工数量

申报文件显示：报告期各期末，发行人员工数量分别为 1,585 人、1,418 人、1,214 人、1,753 人，2020 年员工数量大幅增加。2013 年至 2016 年 6 月末，员工数量分别为 1,302 人、2,016 人、1,930 人、2,409 人。发行人仅披露了截至 2020 年 9 月 30 日的员工结构。（2）发行人未缴纳社保的员工数量由 2019 年 12 月末

的 14 人增至 2020 年 9 月末的 325 人,发行人解释称系当月入职员工需从次月起方能缴纳。

请发行人: (1) 披露报告期各期末的员工结构, 分析报告期内员工人数较 2016 年大幅下降、报告期内员工人数大幅波动的原因。(2) 说明 2020 年 9 月发行人 325 名员工未缴纳社保的具体情况及其影响金额。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

本所律师就本问题履行了以下核查程序:

1. 查阅发行人及其子公司报告期内的员工名册, 核查发行人报告期内员工专业结构情况;
2. 查阅发行人 2016 年-2020 年的财务数据和各类业务收入情况;
3. 查阅发行人及其子公司报告期内的员工社会保险缴纳记录及其入职信息;
4. 访谈发行人人力资源负责人, 了解发行人员工人数变动情况及原因、发行人为员工缴纳社保情况等;
5. 测算发行人未缴纳社保费用的影响金额;
6. 查阅人社部门出具的发行人及其子公司无违规证明;
7. 查阅发行人实际控制人出具的关于补偿缴纳社保公积金费用的承诺。

(一) 披露报告期各期末的员工结构, 分析报告期内员工人数较 2016 年大幅下降、报告期内员工人数大幅波动的原因

1. 发行人报告期各期末的员工结构

经本所律师履行上述核查程序, 报告期各期末, 发行人及其境内外子公司员工结构情况如下:

单位: 人

员工类别	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
管理人员	232	218	166
财务人员	24	23	21
研发人员	194	185	199
销售人员	82	80	79
生产人员	1,351	708	953
合计	1,883	1,214	1,418

2019 年末，员工数量有所减少，是因为受中美贸易摩擦加征关税的不利影响，发行人生产经营规模有所收缩，相应生产人员数量减少。2020 年末，员工数量大幅增加，是因为公司于 2019 年末投产菲律宾和宏生产基地、2020 年下半年投产和宏科技生产基地，并新增招聘大量员工，导致 2020 年末员工数量较 2019 年末大幅提升。其中，菲律宾和宏 2019 年末、2020 年末员工人数分别为 79 人、338 人，和宏科技 2019 年末、2020 年末员工人数分别为 7 人、279 人。

2. 报告期内员工人数较 2016 年大幅下降的原因

2016 年末，发行人员工结构如下：

单位：人

员工类别	2016 年 12 月 31 日
管理人员	162
财务人员	17
研发人员	237
销售人员	67
生产人员	1,479
合计	1,962

报告期内发行人员工人数较 2016 年大幅下降，主要是发行人生产人员数量大幅下降所致，有如下原因：

（1）. 业务和产品结构调整转型

报告期内，为了应对消费电子行业日趋激烈的竞争环境，同时应对 MFi 授权于 2016 年末被取消的不利影响、挖掘新的盈利增长，发行人积极推动业务战略和产品结构的调整转型，在 2016 年主要经营连接类产品基础上，成功拓展了电源类、音频类产品。2016 年，发行人连接类产品销售收入为 101,265.48 万元、占主营业务收入比例为 90.46%。报告期各期，发行人连接类产品销售收入下降为 50,165.81 万元、42,557.68 万元、51,700.64 万元，占主营业务收入比例分别为 46.08%、44.34%、50.32%。相较于电源类、音频类产品，连接类产品的自动化生产程度较低，大部分生产工序具有劳动密集型特点，产品生产对生产人员的需求量较大。因此，由于报告期内连接类产品业务规模和占比下降，生产人员数量大幅下降。

（2）. 生产自动化水平和生产效率提升

报告期内，发行人根据产品特性不断升级固有生产线，引入自动化设备和辅助自动化生产设备，实现了部分工序的自动化高效作业，在客观上减少了对车间

生产人员的需求。此外，发行人多年以来专注电子配件类产品的生产，逐渐形成了稳定的生产流程和成熟的生产工艺，人工二次处理的需求日益减少。受益于发行人稳定、有效的生产控制制度和高效的车间管理水平，生产效率得到提高，生产人员数量相应减少。

(3) . 采用委托生产半成品和外购成品等灵活高效的生产模式

报告期内，公司顺应消费电子配件行业发展趋势，集中公司优势资源于提升产品技术研发水平、核心生产工序管控能力和客户综合服务能力，在生产经营中除自主生产外，还采用委托生产半成品、外购成品等灵活的生产模式，将部分产品的主要或全部生产环节交由委托生产厂商负责完成，因此公司生产人员数量有所下降。

综上，本所认为，发行人报告期内员工人数较 2016 年大幅下降主要原因为业务和产品结构转型、生产自动化水平和生产效率提升以及采用灵活高效的生产模式导致生产人员数量大幅下降，与发行人实际生产经营情况相符。

3. 报告期内员工人数大幅波动的原因

报告期各期末，发行人及其境内外子公司员工合计人数分别为 1,418 人、1,214 人、1,883 人，员工人数波动的主要原因如下：

(1) . 新建菲律宾和宏、和宏科技两大生产基地，2020 年员工数量大幅增加

报告期内，发行人为提高生产制造能力，同时应对中美贸易摩擦宏观环境下国内供应链成本上升的问题，于 2019 年末建设了菲律宾和宏、和宏科技两大生产基地，并新增招聘大量员工，导致 2020 年末员工数量较 2019 年末大幅提升。菲律宾和宏 2019 年末、2020 年末员工人数分别为 79 人、338 人，和宏科技 2019 年末、2020 年末员工人数分别为 7 人、279 人。

(2) . 受业务规模波动影响，报告期内生产人员数量存在一定波动

2019 年，受中美贸易摩擦加征关税的不利影响，发行人生产经营规模有所收缩，相应生产人员数量减少。2020 年，发行人持续加强新产品投入，扩展坞等信号适配器和 HDMI 等连接类产品需求旺盛，带动发行人业务规模较 2019 年有所提升，为满足订单交付需求，生产人员数量有所提升。

(3) . 为提升公司核心竞争力，报告期内管理人员数量持续增加

发行人自 2017 年开始逐步实现由单一化产品向多元化业务结构的调整转型，为提升多品类产品业务布局下公司的经营管理、组织能力以及流程体系建立

能力，持续提升公司市场竞争力，公司根据业务发展需要引入具有较强研发实力和业务管理能力的员工，管理人员数量持续增加，推动公司业务良性可持续发展。

综上所述，发行人报告期内员工人数波动主要受新建生产基地、业务规模波动以及持续提升研发和管理能力的综合影响，与发行人实际生产经营情况相符。

（二）说明 2020 年 9 月发行人 325 名员工未缴纳社保的具体情况及其影响金额

截至 2020 年 9 月末、2020 年 12 月末，发行人及境内子公司社会保险缴纳情况如下：

项目	2020 年 12 月 31 日	2020 年 9 月 30 日
已缴纳人数（人）	1,334	1,110
已缴纳人数占比	86.45%	77.35%
未缴纳人数（人）	209	325

截至 2020 年 9 月末、2020 年 12 月末，发行人存在部分员工未缴纳社会保险的情况，具体原因如下：

（1）由于社会保险缴费日与新员工入职时间、社保转移手续办理完成日等存在时间差等导致当月入职的新员工正在办理社会保险转移手续，次月或转移手续办理完成后才能开始缴纳，包括部分员工从原单位离职后未及时从原单位转入社会保险关系、存在农村和城镇均开立社会保险账户尚未合并等情形；

（2）退休返聘人员，无需缴纳社会保险费。

截至 2020 年 9 月末、2020 年 12 月末，发行人及其境内子公司未缴纳社会保险的员工人数及其未能缴纳原因对应情况具体如下：

单位：人

截至	未缴纳人数	未能缴纳原因对应人数	
		原因（1）	原因（2）
2020 年 12 月末	209	209	0
2020 年 9 月末	325	324	1

如上表所示，截至 2020 年 9 月末、2020 年 12 月末，发行人及其境内子公司未缴纳社保的原因主要为新员工在当月社会保险缴费日后入职或因正在办理社会保险转移手续而客观上无法及时缴纳。上述于 2020 年 9 月末、2020 年 12 月末未及时缴纳社保的新入职员工在次月仍未缴纳社保的人数分别为 5 人、6 人，主要系存在从原单位离职后未及时从原单位转入社会保险关系、存在农村和城镇均开立社会保险账户尚未合并等客观因素导致社会保险转移手续仍未办理完毕。

截至 2020 年 12 月末，发行人未缴纳社保的员工人数已降低至 209 人，经测算，2020 年发行人未缴纳社保对应的金额对当期费用的影响为 62.74 万元，扣除企业所得税的影响后，占发行人当期净利润的比例为 1.11%，影响较小。

五、《审核问询函》20. 关于中美贸易摩擦

申报文件显示，自 2018 年 9 月起，发行人的主要产品被列入美国实施加征关税清单，加征 10% 关税，自 2019 年 5 月起，部分产品对美国出口关税税率提升至 25%。

请发行人：（1）结合美国对华加征关税的情况，对中美贸易摩擦对发行人生产经营的影响作敏感性分析，更新并充分揭示中美贸易摩擦风险。（2）结合中美贸易摩擦、新冠疫情以及其他主要境外销售地政策变动情况，说明对发行人的境外销售是否构成重大不利影响。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

本所律师会同保荐人、申报会计师就本问题履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人加征关税产品清单、收入成本明细，分析发行人对美销售收入；
2. 对发行人关于中美贸易摩擦对发行人销售具体影响的敏感性分析进行复核，了解发行人销售受中美贸易摩擦的影响；
3. 访谈发行人管理层，了解发行人针对中美贸易摩擦采取的措施，了解菲律宾工厂情况，对国内工厂产品的替代能力，了解发行人针对新冠疫情采取的应对措施；
4. 查询发行人近三年主要出口区域的境外销售政策是否存在变动，是否存在出口方面的特殊政策限制；
5. 查阅保荐人、申报会计师就本问题准备的反馈回复。

（一）结合美国对华加征关税的情况，对中美贸易摩擦对发行人生产经营的影响作敏感性分析，更新并充分揭示中美贸易摩擦风险

1. 结合美国对华加征关税的情况，对中美贸易摩擦对发行人生产经营的影响作敏感性分析

（1）. 美国对华加征关税情况

在中美贸易摩擦的背景下，美国于 2018 年 9 月起对中国出口的商品加征 10% 关税，并于 2019 年 5 月上调至 25%。

报告期内，公司出口美国的销售收入如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对美国销售收入/万元	29,370.16	28,638.26	43,832.11
对美国销售收入占主营业务收入比重	28.58%	29.84%	40.26%

2019 年度，受美国加征中国商品进口关税的影响，公司出口美国的销售收入较 2018 年有较大幅度的下降。2020 年，美国对中国商品的进口关税仍处于高税率水平，且新冠疫情进一步冲击消费者市场，公司采取了积极有效的应对措施，2020 年度出口美国的销售收入同比略有增长。

(2) . 中美贸易摩擦对发行人生产经营的影响作敏感性分析

公司针对关税敏感性分析做如下假设：

- i. 额外关税仅影响出口至美国的产品；
- ii. 在公司 2020 年度已实现之财务报表，及美国海关已加征关税的基础上，美国海关进一步提升进口关税税率 5%或 10%；
- iii. 额外关税仅影响公司的成本，影响公司其他业绩因素不变(即销量不变)；
- iv. 不考虑子公司菲律宾和宏出口美国的情形。

在前述假设下，美国加征或减征关税对公司的经营业绩的敏感性分析如下：

情形一：假设加征或减征的关税全部由公司承担

项目		成本变动额 (万元)	毛利变动额 (万元)	毛利变动率
关税税率加征	5%	1,468.51	-1,468.51	-6.60%
	10%	2,937.02	-2,937.02	-13.20%
关税税率减征	-5%	-1,468.51	1,468.51	6.60%
	-10%	-2,937.02	2,937.02	13.20%

情形二：假设加征或减征的关税由公司与客户各分摊一半

项目		成本变动额 (万元)	毛利变动额 (万元)	毛利变动率
关税税率加征	5%	734.25	-734.25	-3.30%
	10%	1,468.51	-1,468.51	-6.60%
关税税率减征	-5%	-734.25	734.25	3.30%
	-10%	-1,468.51	1,468.51	6.60%

为了应对美国加征中国商品进口关税对公司经营业绩的不利影响，公司积极布局菲律宾和宏生产基地，并于 2019 年 12 月投产，并逐渐释放产能。通过菲律宾和宏生产基地生产并出口美国的产品，截至目前不受到美国加征关税的影响，适用菲律宾对美国出口较低的关税税率，随着菲律宾和宏生产基地产能的逐渐释放和客户订单的转移，可以有效应对美国加征关税的影响。

经分析，若未来中美贸易摩擦进一步加剧，美国在现有基础上进一步加征关税，将会对公司的生产经营造成不利影响，但公司已通过菲律宾和宏生产基地减少中美贸易摩擦加征关税对公司经营业绩的影响。

2. 更新并充分揭示中美贸易摩擦风险

发行人已于《招股说明书（申报稿）》“第四节 风险因素”之“三、市场风险”之“（二）中美贸易摩擦及其他地区出口政策限制的风险”对上述问题进行补充披露。

（二）结合中美贸易摩擦、新冠疫情以及其他主要境外销售地政策变动情况，说明对发行人的境外销售是否构成重大不利影响

1. 中美贸易摩擦

根据本题第一问的回复，如美国在目前的关税基础上进一步提升关税税率，将可能对公司的生产经营产生不利影响。

自 2018 年 9 月美国宣布加征关税以来，公司采取了如下应对措施：

（1）. 设立子公司菲律宾和宏代替国内工厂的对美出口业务。菲律宾和宏于 2019 年底投产，并逐步完成客户验厂、订单转移流程，菲律宾工厂在报告期内主要处于投产期，其产能逐渐释放，2021 年第一季度销售收入增长显著。目前菲律宾和宏可生产的产品包括连接线、有线/无线充电器、手机支架、集线器等，已覆盖公司出口美国需加征 25% 的主要产品。若美国进一步加征关税，公司可将部分出口产品转由菲律宾生产，降低中美贸易摩擦带来的影响。

（2）. 公司在加征关税的具体产品清单出台后，开始逐步调整出口美国的产品结构，以降低关税对公司出口业务的影响。针对关税成本无法分摊至客户的产品以及关税税率高的产品，公司降低其出口比重，同时增加受加征关税影响较小的产品的出口比重。

综上，发行人已对中美贸易摩擦加征关税采取了有效的应对措施，2020 年度在美国进口关税保持在相对高位、新冠疫情冲击美国消费者市场的不利影响

下，对美销售收入仍呈企稳、略有增长的趋势。因此，本所认为，中美贸易摩擦对公司境外销售未构成重大不利影响。

2. 新冠疫情

2020 年新冠疫情出现以来，各国均采取防疫措施阻止疫情蔓延，对公司的生产与销售产生了一定的影响。生产方面，一季度受疫情影响，公司延迟复工，生产活动受到一定影响，2020 年一季度境外主营业务收入为 1.31 亿元，较 2019 年一季度的 1.61 亿元下降 18.40%。随着国内疫情得到有序控制，公司国内的生产经营开始有序恢复。销售方面，新冠疫情对公司的境外销售存在两面性。一方面在国内疫情控制后，国外疫情仍然较为严峻，一定程度影响了客户的生产复工情况、物流效率以及客户对市场情况的预判，从而可能会影响公司的订单情况；另一方面，新冠疫情带来的隔离带来了在线办公、线上教育、视频会议、居家娱乐等需求，人们对电子设备及其配件的需求大幅增加。公司 2020 年全年境外主营业务收入 7.60 亿元，较 2019 年 7.49 亿元增长 1.46%，境外销售收入稳中有升。因此，新冠疫情并未对公司的境外销售产生重大不利影响。

3. 其他主要境外销售地政策

公司目前的主要出口区域为美国、欧洲、澳大利亚、东亚及东南亚等地区，除美国外，公司其他出口区域与中国的贸易关系稳定，没有针对公司产品出口方面的特殊政策限制。报告期内，其他主要境外销售地区的政策未发生较大变动，对公司的境外销售未产生重大不利影响。

报告期内，面对中美贸易摩擦以及新冠疫情的挑战，公司采取了积极、有效的应对措施，逐步消化了前述情形对公司生产经营带来的影响，公司业绩在经历短暂波动后逐步回升。中美贸易摩擦、新冠疫情以及其他主要境外销售地政策变动未对发行人的境外销售构成重大不利影响。

六、《审核问询函》22. 关于股东信息披露及核查

申报文件显示：（1）发行人历史股东陈乐强去世后，其配偶严飞燕及子女陈嘉琳、陈嘉乐三人共同继承其持有的发行人股份。2018 年 6 月，为执行债权债务处理安排，严飞燕、陈嘉琳、陈嘉乐将其合计持有的发行人 3.3898% 股权（对应 480 万股股份）转让给陈奕民。基于股权转让双方债权债务处理安排，鉴于陈奕民承担了陈乐强生前的部分对外债务，严飞燕及其子女确认，陈奕民无需另行支付本次股权转让款。该次股权转让价格为 3.89 元/股。（2）2018 年 12 月，陈奕民将上述股权转让给外部 PE 股东，股权转让价格为 8.48 元/股。发行人以该次股权转让价格作为 2017 年股权激励公允价值的定价依据。

请发行人说明陈奕民入股价格是否公允，并说明该自然人股东的基本情况。

请保荐人、发行人律师按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》的第四项的要求核查该自然人股东基本情况、入股背景等信息，说明是否存在指引第一项、第二项的情况，并进一步完善专项核查说明。

本所律师就本问题履行了以下核查程序：

1. 访谈陈奕民，了解其基本情况及其入股发行人的背景、入股价格、定价依据等情况；
2. 查阅陈奕民身份证明、出具的书面确认等文件；
3. 查阅陈奕民入股发行人签署的股权转让协议及其补充协议、相关公证文书文件；
4. 查阅发行人 2017 年经审计以及未经审计的财务报告；
5. 通过中国检察网（<http://www.ajxxgk.jcy.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、信用中国网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）、中国证监会网站（<http://www.csrc.gov.cn/pub/newsite/>）、证券期货市场失信记录查询平台（<http://neris.csrc.gov.cn/shixincaixun/>）、上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn/>）、深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）以及陈奕民住所地的相关司法机关网站，核查陈奕民持有发行人股份期间作为股东的适格性及其是否曾存在因持有发行人股份而招致诉讼的情形；
6. 查阅发行人本次发行上市的保荐机构、律师、审计机构等中介机构及其相关人员出具的与发行人及其股东不存在关联关系的说明文件。

（一）陈奕民入股价格是否公允，并说明该自然人股东的基本情况

1. 基本情况

根据本所律师于巨潮网、天眼查、企查查、国家企业信用信息公示系统等网站查询，陈奕民的基本情况如下：

陈奕民，中国国籍，无其他境外永久居留权，EMBA，1972 年 12 月出生，身份证号码为 44052119721217****，住所为汕头市龙湖区。1994 年至 1998 年，就职于交通银行澄海支行；1998 年至 2001 年，就职于民生银行汕头分行；2001 年至 2006 年，就职于广东省宜华木业股份有限公司；2007 年起在宜华健康医疗

股份有限公司工作，现任宜华健康医疗股份有限公司董事长；2014 年至今，任北京东方天星文化传媒有限公司董事；2014 年至今，任上海雁友进出口贸易有限公司监事；2018 年至今，任广东伦吉利融投资有限公司监事。

2. 入股背景及入股价格公允性

2018 年 1 月，发行人原自然人股东陈乐强去世，根据广东省汕头市粤东公证处出具的《公证书》（（2018）粤汕粤东第 4996 号、（2018）粤汕粤东第 4997 号）及陈乐强父母陈再喜、陈银卿出具的《放弃继承权声明书》，陈乐强生前持有发行人 480 万股股份（对应持股比例 3.3898%），前述财产系陈乐强生前与其配偶的夫妻共同财产，其个人依法占有份额为其遗产，因陈再喜、陈银卿均表示自愿放弃继承前述属于陈乐强的遗产，因此，陈乐强的前述合法遗产由其配偶严飞燕以及其子女陈嘉琳、陈嘉乐三人共同继承。

2018 年 6 月 20 日，严飞燕、陈嘉琳、陈嘉乐与陈奕民签署《股权转让协议》，严飞燕、陈嘉琳、陈嘉乐将其合计持有的发行人 480 万股股份（对应持股比例 3.3898%）作价 1,867.2 万元转让给陈奕民。前述《股权转让协议》已经北京市信德公证处出具《公证书》（（2018）京信德内民证字第 04367 号）进行了公证。

2018 年 6 月 20 日，严飞燕及其子女陈嘉琳、陈嘉乐与陈奕民签署《股权转让协议之补充协议》，约定：鉴于陈奕民与严飞燕、陈嘉琳、陈嘉乐于 2018 年 4 月 4 日签订了《关于陈乐强先生投资项目转让及债务处理的框架协议》（以下简称“《框架协议》”），根据《框架协议》，陈奕民承担陈乐强部分对外债务，原陈乐强持有的包括发行人股权等在内的股权、股票归陈奕民所有，因此，就《股权转让协议》中股权转让款的支付，陈奕民无需另行支付，严飞燕及其子女不得就上述股权向陈奕民主张任何权利。

根据本所律师向陈奕民访谈了解，并经本所律师查阅发行人 2017 年度财务报告，鉴于：（1）陈奕民与陈乐强生前为合作伙伴关系，陈奕民受让股份的交易价格经转让双方协商一致确定，且已经公证机关公证相关股权转让协议，股份转让价格为 3.89 元/股，该转让价格较发行人 2017 年经审计每股净资产 3.21 元/股高；（2）陈奕民受让股份的交易价格系基于转让双方债权债务处理安排并参考发行人 2017 年未经审计的每股净资产确定，与 2018 年 12 月陈奕民向华拓至远转让股份价格存在差异，主要原因为华拓至远看好发行人业务发展前景与未来上市预期，2018 年 12 月股份转让价格系根据 PE 机构的市场投资估值情况，参考 2017 年净利润的 15 倍市盈率确定。两次股权转让的背景和定价依据不同，但均具有合理的商业背景，股权转让价格存在差异具有合理性。因此，本所认为，陈奕民入股价格具有公允性。

（二）请保荐人、发行人律师按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》的第四项的要求核查该自然人股东基本情况、入股背景等信息，说明是否存在指引第一项、第二项的情况，并进一步完善专项核查说明

1. 陈奕民基本情况、入股背景等信息

陈奕民基本情况、入股背景请参见本补充法律意见书之“六/（一）陈奕民入股价格是否公允，并说明该自然人股东的基本情况”。

2. 陈奕民不存在指引第一项、第二项的情况

根据陈奕民出具的书面确认，并经本所律师向陈奕民访谈，自 2018 年 6 月至 2018 年 12 月期间，陈奕民真实持有发行人股份，不存在其他单位或个人以委托持股、信托持股或其他方式通过陈奕民持有发行人股份的情况，因此陈奕民不存在指引第一项的情况。

根据陈奕民出具的书面确认，以及发行人本次发行上市的保荐机构、申报会计师及本所相关经办人员出具的书面确认，并经本所律师核查，持有发行人股份期间，陈奕民不存在指引第二项的情况，具体分析如下：

（1）陈奕民不存在以下情形：①国家公务员，或具有公共事务管理职能的事业单位工作人员；②党政机关的干部和职工；③中央管理干部；④高校党员领导干部；⑤现役军人；⑥党和国家离退休干部；⑦处级以上领导干部配偶或子女；⑧证券交易所、证券公司和证券登记结算机构从业人员；⑨证券监督管理机构工作人员等法律、法规、规范性文件规定的不得担任公司/企业股东的情况，其具备法律、法规规定的股东资格；

（2）陈奕民与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；

（3）陈奕民不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

综上，本所认为，发行人原股东陈奕民持有发行人股份期间，不存在指引第一项、第二项的情况。

本所已就上述核查情况在《北京市金杜律师事务所关于深圳市和宏实业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之专项核查意见（二）》中作了进一步完善。

（本页无正文，为《北京市金杜律师事务所关于深圳市和宏实业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（二）》签署页）



经办律师： 林青松

林青松

刘晓光

刘晓光

单位负责人： 王玲

王玲

二〇二一年九月九日